

УДК 316.4

doi: <http://dx.doi.org/10.30970/VSO.2023.17.09>

## ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ У ВІРТУАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ПРОБЛЕМА СУБ'ЄКТНОСТІ

*О. В. Воронянський*

Державний біотехнологічний університет (м.Харків)  
вулиця Алчевських, 44, м. Харків, Україна, 61000  
[voronyansky@btu.kharkov.ua](mailto:voronyansky@btu.kharkov.ua)  
<http://orcid.org/0000-0003-4926-8887>

*Н. І. Моїсєєва*

Державний біотехнологічний університет (м.Харків)  
вулиця Алчевських, 44, м. Харків, Україна, 61000  
[n.i.moiseeva1@btu.kharkov.ua](mailto:n.i.moiseeva1@btu.kharkov.ua)  
<http://orcid.org/0000-0001-6349-7892>

Розглянуто актуальні тенденції політичних комунікацій у соціальних мережах. Методологією дослідження є авторська концепція балансу ресурсних потенціалів акторів соціальної комунікації.

Показано, що на тлі підриву довіри до партій та парламентів відбувається формування мережових політичних ідентичностей на базі цифрових соціальних мереж, які виявляють тенденцію до інституалізації. Технології створення та просування таких ідентичностей у масовій свідомості вимагають значних ресурсних витрат, які в умовах соціальної атомізації постіндустріальної епохи під силу лише привілейованим групам, які отримують ресурсну підтримку завдяки доступу до механізму державної влади. При цьому в процесі конструювання мережових політичних ідентичностей відбувається цілісний політтехнологічний процес, елементами якого є:

- аналіз цифрових слідів користувачів за допомогою інструментів BigData;
- виявлення політизованих користувачів Інтернету та мережових політичних ідентичностей, побудова психопрофілів користувачів;
- цілеспрямована мікроцільова пропаганда;
- конструювання (посилення або знищення – залежно від завдань) цільової аудиторії як мережевої політичної ідентичності або групи лояльних користувачів.

Здобуваючи суб'єктність у сфері політичної комунікації у віртуальних мережах, ці групи продовжують у них жорстку політичну конкуренцію, конструю-

ючи лояльні собі стійкі мережеві політичні ідентичності через поширення специфічних алгоритмів взаємодії громадян у соціальних мережах. Завдяки спрямованому впливу на процес політичної комунікації її суб'єкти отримують можливість підняти у суспільній свідомості реальні проблеми функціонування владного механізму та здійснюваного через нього процесу адміністративного розподілу суспільно значущих ресурсів. У результаті соціальне невдоволення направляється в безпечне для правлячих еліт русло, а рівень легітимності системи в цілому не падає до критичного рівня.

Таким чином, сьогодні політизовані соціальні мережі стали одним із інститутів громадянського суспільства, і, як і всі ці інститути, вони не є безсуб'єктними, відіграючи роль інструменту просування інтересів певних ресурсозабезпечених груп, здатних організувати цілеспрямований довгостроковий вплив на суспільну свідомість.

Ключові слова: політична соціалізація, віртуальні соціальні мережі, мережева політична ідентичність.

Вступ Процес активного проникнення в цифрові соціальні мережі політизованих тем та символів прослідковується з самого початку виникнення цих мереж. Цей феномен у західній соціології отримав назву «віртуалізація політики», сутністю якої є перенесення елементів політичної дискусії та наративів політичного значення у віртуальний простір соціальних мереж. Логічно, що політична свідомість почала захоплювати свою нішу у віртуальній мережевій комунікації. У той же час зворотною стороною віртуалізації політичної свідомості мас стала політична соціалізація цифрових мереж, коли віртуальний простір сам став впливати на масову політичну свідомість та культуру, вибудовуючи нові суб'єкти та об'єкти політики, а разом із тим закладаючи нові підвалини соціальної структуризації. Тому науковий аналіз політичного аспекту комунікації в соціальних мережах наразі постає необхідним елементом вивчення механізму та сучасних тенденцій розвитку як політичних комунікацій, так і соціальних відносин у цілому.

Очевидно, що порівняно з системою політичних комунікацій індустріального суспільства, заснованій на чітко сформульованих класових інтересах значимих соціальних груп і організаційно відображеній у партійній та виборчій системах, комунікаційний потенціал соціальних мереж, принаймні на перший погляд, не має ні чіткої організаційної структури, ні видимих центрів генерації єдиних наративів. Тому ряд дослідників мережевої політичної комунікації за основу її аналізу сприйняли створену ще в 1990-ті рр. британським соціологом Зигмунтом Бауманом концепцію так званого нестійкого, «плаваючого» суспільства (*liquid society*), яке характеризується відсутністю чіткого культурно-ціннісного ядра. Така

відсутність, на думку дослідників, формує сприятливі умови для постійних стресів і страхів (liquidfear), що й створює «нестійкість» суспільства. Класик досліджень «віртуальної політики» іспанський соціолог постмарксистського спрямування Мануель Кастельс виводить причину цих страхів з самої природи мережевих спільнот, яка характеризується наявністю насичених інформаційних потоків і появою активної соціальної мобільності, в результаті чого «мережеві еліти» як лідери суспільної думки здатні кидати виклики діючій владній еліті[7].

Італійський політичний теоретик-неорационаліст Даніло Дзоло доповнює конструкт М.Кастельса, зауважуючи, що оскільки розвиток мережевих технологій став каталізатором наростання соціальної складності, то головною функцією сучасної політичної системи стає зменшення страху у вигляді регулювання соціальних ризиків та конкурентного розподілу цінностей безпеки[9]. Іншими словами, політичні (у тому числі владні) еліти не просто враховують реалії мережевої ери, а й намагаються використати її середовище для управління суспільною свідомістю та зміцнення власної легітимності. У цьому плані цікавою є сформований рядом дослідників неоінституціонального напрямку концепт «носія легітимності» [8], який розкриває створення владною елітою умов легітимації її влади через мережеві комунікації.

Потенціал соціальних інтернет-мереж досить активно досліджується й вітчизняними соціологами. Так, їх роль у формуванні громадянського суспільства розглядає Борис Вахула. Певні аспекти впливу віртуальних мереж на суспільну свідомість подають Ірина Денисенко, Оксана Личковська, Сергій Коноплицький, Надія Коритнікова, Сергій Романенко, Анна Ташченко. Проблеми ідентичності в соціальних комунікаціях досліджувалися Юрієм Романенко. Цікавим є аналіз поняття інформаційного простору глобальних мереж Сергієм Ягодзинським, в якому він звертає увагу на неминучість державного регулювання цього простору[6]. Аналогічний висновок міститься й у дослідженні Володимира Михайлюка щодо перспектив розвитку інформаційної політики.

Проте необхідно відзначити, що в цілому у науковому дискурсі пострадянських країн мейнстрімним є закладений в концепцію «демократичного транзиту» наратив, згідно якого соціальні мережі являють собою вільний демократичний простір без кордонів і поза цензурою, загальне число зв'язків у структурах соціальних мереж розподілене відносно рівномірно[3], тому вони більш-менш ефективно виконують функцію неформального демократичного представництва.

Таким чином, погляд на сутність процесів, що супроводжують політизацію цифрового мережевого простору в західній та вітчизняній науці суттєво різний. У першому випадку ми спостерігаємо намагання аналізувати процес концентрації влади через мережі. В другому —позиціювання мережевих спільнот у якості

засобу демократизації суспільства.

Мета даної статті — короткий опис основних тенденцій політичних комунікацій у соціальних мережах. Методологією дослідження є авторська концепція балансу ресурсних потенціалів акторів соціальної комунікації. Саме ресурсний потенціал актора дозволяє не лише виробити соціально значимий наратив, але й забезпечити його впровадження в суспільну свідомість через засоби масової комунікації та ефективно підтримувати його довготерміновий організаційно-технічний супровід в умовах політичної конкуренції. При цьому рівень підвищення політичної активності у соціальних мережах корелює зі зниженням її рівня в традиційних інститутах індустріального суспільства — партіях, професійних спілках, виборах органів державної влади та місцевого самоврядування[4]. Це дозволяє зробити припущення про тенденцію до заміщення їх цифровими соціальними мережами політичного забарвлення у якості соціальних інститутів. А оскільки соціальний інститут пов'язаний із відносинами влади, то для її реалізації відповідне ресурсне забезпечення стає необхідністю, що актуалізує питання про суб'єктність політичної комунікації у віртуальних соціальних мережах.

Результати дослідження Підвалини для заміщення політичних організацій цифровими соціальними мережами заклала «внутрішня міграція» у віртуальний комунікаційний простір абсентеїзованого сегменту громадянського суспільства, в очах якого легітимність корумпованих і забюрократизованих традиційних політичних інститутів була остаточно втрачена. Абсентеїсти (які становлять електорально значиму частину сучасних суспільств), не довіряючи таким традиційним політичним інститутам як партії та парламент, поступово переорієнтувалися на обговорення політичних тем у соціальних мережах Інтернету. Тут вони утворюють нові соціальні спільноти, що групуються за ідеологічними уподобаннями, а інколи навіть за реальними політичними інтересами. При чому політизація спільнот соціальних мереж Інтернету явно корелює з даними численних соціальних опитувань, які на протязі десятиліть фіксують стійке зниження рівня довіри громадян до традиційних політичних інститутів – партій, парламенту та системи виборів.

Таке перенесення політичних комунікацій у віртуальний простір зробило його привабливим для політтехнологів, які обслуговують інтереси привілейованих ресурсозабезпечених угруповань — як тих, хто входить до владної еліти, так і до представників контреліт. Володіючи потужним ресурсним потенціалом для створення та просування вигідного для себе медіаконтенту політичного значення, ресурсозабезпечені угруповання стають бенефіціарами тих чи інших медіапроектів, розрахованих на підкорення їм політичної свідомості громадян та їх політичну мобілізацію/імобілізацію для досягнення завдань, вигідних для

претендентів на політичну владу. При цьому, прагнучи приховати свої реальні інтереси, які в переважній більшості випадків порушують інтереси більшості суспільства, ресурсозабезпечені групи просувають у суспільну свідомість концепт ірраціональності політики, її міфологізацію та персоніфікацію. Це заміщує в суспільній свідомості реальні проблеми функціонування владного механізму та здійснюваного за його посередництвом процесу адміністративного розподілу соціально значимих ресурсів. У результаті соціальне невдоволення каналізується в безпечному для владних еліт напрямі, а рівень легітимності системи в цілому не падає до критичного рівня. Для виконання такого завдання підконтрольні владним елітам електронні мас-медіа та соціальні мережі змушені постійно моніторити громадську думку, знаходячі в ній ті зачіпки, на яких можна побудувати бажану для замовників віртуальну реальність.

Зокрема, великий бізнес та пов'язані з ним аналітичні фірми, спеціалізовані на обробці метаданих, постійно проводять дослідження психометричних портретів користувачів соціальних мереж. Цифрові сліди в Інтернеті, що їх залишають користувачі в процесі онлайн-активності, надають важливу інформацію про стан суспільної свідомості також для політтехнологів, яким технології BigData надали можливість моніторити її та використовувати для створення політичних меседжів та реальних дій[5]. Важливо розуміти, що замовником таких досліджень може бути не лише легітимний сегмент політичної системи, але й екстремістські організації та зовнішньополітичні інституції, зацікавлені в ослабленні національної державності та громадянського суспільства країни, що в своїй сукупності формує політичну націю.

Отримані з соціальних мереж масиви персональних даних використовуються для конструювання меседжу емоційних тригерів під час виборів, адаптації таргетованої політичної реклами під різноманітні цільові аудиторії, їх демографічні характеристики або індивідів, що не визначилися, поширення тригерів через соціальні мережі та стрічки новин. Латеральний таргет передбачає цільові оголошення, оснащені програмним забезпеченням для відстеження у всьому Інтернеті, наприклад, осіб, що потенційно сприймуть саме визначені повідомлення. Крім того, політичне повідомлення здатне автоматично змінюватися в залежності від того, яким чином людина взаємодіє з цими повідомленнями. У результаті мікроцільові (так звані «темні» оголошення) бачать лише представники обраної групи виборців.

Таким чином, в процесі конструювання мережових політичних ідентичностей відбувається цілісний політико-технологічний процес, елементами якого є:

- аналіз цифрових слідів користувачів за допомогою інструментів BigData;
- виявлення політизованих користувачів Інтернету та мережових політичних ідентичностей, побудова психопрофілів користувачів;

- таргетована мікроцільова пропаганда;
- конструювання (зміцнення чи руйнація – залежно від завдань) цільової аудиторії як мережевої політичної ідентичності чи групи лояльних користувачів.

Зібрані дані дозволяють не лише виявити параметри політичної свідомості цільових соціальних груп, але й визначитися з вибором технологій управління їх політичною поведінкою.

У результаті взаємодії вказаних тенденцій при домінуванні в масовій політичній культурі абсентеїзму та атомізації соціуму, проявляється поступове формування мережевих політичних ідентичностей на підставі як провладних, так і помірковано опозиційних та радикальних спільнот соціальних мереж. Динаміка розвитку їх характеристик (рівень стійкості комунікаційних зв'язків, кількість членів політизованих спільнот тощо) залежить від внутрішньополітичної, зовнішньополітичної та соціально-економічної обстановки конкретної країни. Причому через зростання комунікаційних зв'язків представників більш аморфних політичних субкультур через Інтернет формуються більш стійкі та постійні мережеві політичні ідентичності[2].

Це корелює з нашим припущенням про те, що нестійкість сучасного мережевого суспільства зумовлена не самим фактом відсутності чіткого ціннісного ядра, а тим, що в умовах характерного для епохи постмодерну розмивання соціально-класової структури суспільства основна маса населення переходить до індивідуальних стратегій виживання, які, на відміну від колективістських, не сприяють усвідомленню групових інтересів та цінностей, а відтак — здатності до цілеспрямованого їх досягнення через організовану довготривалу колективну взаємодію соціальних спільнот.

Можна припустити, що нові мережеві політичні ідентичності формуються на підставі зближення offline-і online-образів політики в соціальних мережах, коли перетинаються два процеси – «віртуалізація політики» та «соціалізація Інтернету». Накладення цих процесів породжує політичні симулякри з міфологем, стереотипів, уявлень (як правило, не завжди вірних і навіть раціональних) про природу політичного життя, що створює додаткові умови для маніпуляцій. При цьому варто враховувати, що віртуалізація політики означає заміщення реальних політичних явищ і процесів анонімним оперуванням віртуальними образами в Інтернеті (умовний перехід offline-образів політики в online-образи політики), тоді як соціалізація Інтернету передбачає збагачення віртуальних образів політики в Інтернеті реальними, персоніфікованими соціальними зв'язками (перехід online-образів політики у offline-образи політики).

Затратність на утримання великих ботоферм, які управляють мережами з десятків і сотень тисяч фейкових акаунтів в соціальних мережах (ботів), та створення й підтримання відповідного програмного забезпечення (бот-комбайнів), які не дозволяють відрізнити ці акаунти від реальних користувачів, диктує необхідність високого ступеня концентрації ресурсів для акторів, які здатні використовувати подібні технології впливу на масову свідомість в своїх

інтересах. Такий ступінь ресурсних затрат, як правило, можуть дозволити собі лише угруповання, що напряму пов'язані з прийняттям владних рішень щодо розподілу державного бюджету тієї чи іншої країни (так звані олігархи).

Про масштабність цієї діяльності свідчать повідомлення одного з найбільш популярних у світі месенджерів Facebook/Meta про видалення зі своєї платформи 1,6 мільярда фальшивих облікових записів за перший квартал 2022 р. (у 2021 р. таких видалень було 1,3 мільярди) при близько 3 мільярдах активних користувачів. Інстаграм виявив 95 мільйонів ботів при загальній кількості 1,2 мільярдів активних користувачів, а Твіттер – 20 мільйонів при 1,3 мільярдах [14].

Показово, що процес «олігархізації» «віртуальної політики» теоретично підкріплюється математичною теорією графів (систем комунікацій, що поєднують центральні вузли системи). Дійсно, саме утримувані ресурсозабезпеченими групами політтехнологічні центри генерують і контролюють політичні комунікації, тоді як периферійні користувачі є лише пасивними споживачами, а отже, залежать від центральних вузлів – джерел політичних повідомлень та концептів [5]. Таким чином, можна зробити припущення про те, що комунікативний простір віртуальної політики представляє собою своєрідне силове поле, генероване мережами «центрів сили», що створюються організованими ресурсозабезпеченими групами.

Розуміння механізмів створення мережевих політичних ідентичностей змушує відкинути висунуте Джоном Барлоу в «Декларації незалежності кіберпростору» твердження, згідно якого децентралізовані мережі за своєю природою непідвладні політичному контролю [1]. Сучасна система влади провокує створення мережевих культур та мережевих ідентичностей через поширення специфічних алгоритмів взаємодії громадян у соціальних мережах. А владна еліта переносить на політико-комунікативний простір моделі бізнесового таргетування, які не просто створюють мережеве середовище для своїх цільових аудиторій, а буквально «замикають» у ньому клієнтів, привчаючи лише до своєї продукції, свого бренду, свого меседжу, не допускаючи жодного іншого продукту чи способу задоволення споживацького попиту.

Таким чином, соціальна мережа створює необхідний для бізнес-групи «носій легітимності», який покликаний забезпечити максимальну лояльність споживачів інформаційного продукту. Прикладом цього є сучасна КНР, де владна еліта не лише запровадила цензуру мережі, але й активно створює підконтрольні собі та каналізовані в заданому напрямі альтернативні комунікаційні арени для своїх громадян.

З іншого боку, у сучасних режимах, що позиціонуються як демократичні, дедалі більше з'являється можливостей створення ефективного політичного симулякра, який маніпулює суспільною свідомістю через соціальні мережі

Інтернету, захищаючи владні еліти від радикально налаштованої опозиції та від невідгідних для еліт напрямів політичної модернізації.

Оскільки підконтрольний владній еліті державний апарат за умовчанням має на порядок більший мобілізаційний потенціал політичних, інформаційних та економічних ресурсів, ніж окрема соціальна група (за виключенням олігархії, яка за фактом і є владною елітою), то саме він стає ключовим елементом регулювання «віртуальної політики». Емпіричним підтвердженням даної тези є жовтнево-листопадовий 2023 р. розгром у країні-агресорі частини політизованих телеграм-каналів, які використовувалися певними сегментами владної еліти на рівні адміністративно-бізнесових груп вищого рівня для просування своїх наративів у суспільну свідомість.

Показовим є також активне використання урядом країни агресора низки формально незалежних онлайн-платформ та мережевих спільнот для ведення інформаційної війни проти України та країн Заходу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. На сьогодні політизовані соціальні мережі стали одним із інститутів громадянського суспільства, і як усі ці інститути, вони не є безсуб'єктними, відіграючи роль інструмента просування інтересів визначених ресурсозабезпечених груп, здатних до організації цілеспрямованого довготривалого впливу на суспільну свідомість. При цьому технічні можливості соціальних мереж дозволяють масам індивідів, що є власниками обмежених ресурсів, взаємодіяти заради захисту колективних інтересів, створюючи при цьому об'єднаний мегаресурс заради успішного протистояння привілейованій владній меншості суспільства.

Однак самі по собі соціальні мережі є лише інструментом, котрий може бути використаний як для колективної взаємодії більшості суспільства, так і для іммобілізації його та створення в масовій свідомості ілюзії легітимності дій привілейованої ресурсозабезпеченої меншості. Атомізація сучасного суспільства в результаті заміни масового політично організованого робітничого класу на прекаріат і дрібних підприємців в епоху постіндустріалізму робить реальністю лише другий варіант.

У цих умовах актуалізується значення сучасної віртуалізації політичної сфери, коли політична конкуренція (перш за все в галузі боротьби за управління масовою свідомістю) переноситься на платформи цифрових соціальних мереж. Водночас поки що недостатньо вивчений зворотний процес – соціалізація Інтернету, коли спільноти соціальних мереж починають здійснювати певний вплив на реальну політику сучасних владних еліт, партій та держав. При цьому показовою тенденцією розвитку мереж є їх схильність до ірраціональної замкнутості на проблемах, які частіше за все не мають реального значення для членів мереж.

Потреба у обговоренні цих проблем, як правило, задовольняється через споживання «експертних» повідомлень, які ґрунтуються не на вивченні реальності, а на знанні про те, наскільки дана інформація позитивно буде сприйнята ціловою аудиторією мережі. Направленість інформації супроводжується відсіканням незгодних з нею через інтренет-тролів та ботів. Це свідчить про ризик виникнення у віртуальному просторі режиму політичної маніпуляції, що потребує подальших експериментальних досліджень у цьому напрямі.

Використана література:

1. Барлоу Джон Пеппі Декларація незалежності кіберпростору. URL: <https://ccl.org.ua/positions/deklaracziya-nezalezhnosti-kiberprostoru/>
2. Бевзенко Л. (2020). Агенти соціальних змін у кризовому соціумі: варіанти проблематизації та контури концептуальної рамки дослідження. *Sociology: Theory, Methods, Marketing*, (4). 45-82 DOI 10.15407 / sociology2022.01.045 URL: <http://stmm.in.ua/archive/ukr/2022-1/full.pdf>
3. Вахула Б. Я. (2012). Соціальні інтернет-мережі, їхні функції та роль у формуванні громадянського суспільства. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*, (6), 311-319.
4. Денисенко І. Д. (2020). Теорія соціального простору: евристичний потенціал щодо соціально-політичних досліджень. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*, 2(10), 27-37. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc\\_2015\\_2%282%29\\_\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc_2015_2%282%29__5)
5. Михайлюк О. В. Інформаційна політика: сенс та зміст поняття / О. В. Михайлюк, В. А. Вершина // *Epistemological studies in philosophy, social and political science*. - 2019. - Vol. 2, Iss. 1. - С. 105-115. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/epstphsps\\_2019\\_2\\_1\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/epstphsps_2019_2_1_13).
6. Ягодзинский С. Н. (2012). Інформаційний простір глобальних мереж: соціально-філософський аспект. URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/9463/1/Ягодзинский%20С.%20Информационное%20пространство%20глобальных%20сетей.%202012.pdf>
7. Castells MaueI (2009) *Communication Power*. Oxford University Press URL: [https://www.academia.edu/37795121/Book\\_review\\_Manuel\\_Castells\\_Communication\\_Power](https://www.academia.edu/37795121/Book_review_Manuel_Castells_Communication_Power)
8. Kang Ch., Molinaro C., Kraus S., Shavitt Y., Subrahmanian V.S. (2012). Diffusion Centrality in Social Networks // *IEEE /ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining*. Washington, Tokyo. P. 557-564.
9. Zolo Danilo (1992) *Democracy and Complexity: A Realistic Approach* Penn State University Press, URL: <https://books.google.com.ua/books?id=WCLli2pzXbQC>

References:

1. Barlow John Perry Declaration of Independence of Cyberspace. URL: <https://ccl.org.ua/positions/deklaracziya-nezalezhnosti-kiberprostoru/>
2. Bevzenko L. (2020). Agents of social change in a crisis society: variants of problematization and contours of the conceptual framework of research. *Sociology: Theory, Methods, Marketing*, (4). 45-82 DOI 10.15407 / sociology2022.01.045 URL: <http://stmm.in.ua/archive/ukr/2022-1/full.pdf>
3. Vakhula B. Ya. (2012). Social Internet networks, their functions and role in the formation of civil society. *Bulletin of Lviv University. Sociological series*, (6), 311-319.
4. Denisenko I. D. (2020). Theory of social space: heuristic potential for socio-political research. *Modern society: political sciences, sociological sciences, cultural sciences*, 2(10), 27-37. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc\\_2015\\_2%282%29\\_\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc_2015_2%282%29__5)
5. Mykhailiuk O. V. Information policy: the meaning and content of the concept / O. V. Mykhailiuk, V. A. Vershina // *Epistemological studies in philosophy, social and political science*. - 2019. - Vol. 2, Iss. 1. - P. 105-115. -: URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/epstphsps\\_2019\\_2\\_1\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/epstphsps_2019_2_1_13).
6. Yagodzinsky S. N. (2012). Information space of global networks: socio-philosophical aspect. URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/9463/1/Ягодзинский%20С.%20Информационное%20пространство%20глобальных%20сетей.%202012.pdf>
7. Castells Maue (2009) *Communication Power*. Oxford University Press URL: [https://www.academia.edu/37795121/Book\\_review\\_Manuel\\_Castells\\_Communication\\_Power](https://www.academia.edu/37795121/Book_review_Manuel_Castells_Communication_Power)
8. Kang Ch., Molinaro C., Kraus S., Shavitt Y., Subrahmanian V.S. (2012). Diffusion Centrality in Social Networks // *IEEE /ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining*. Washington, Tokyo. P. 557-564.
9. Zolo Danilo (1992) *Democracy and Complexity: A Realistic Approach* Penn State University Press, URL: <https://books.google.com.ua/books?id=WCLli2pzXbQC>

## **POLITICAL COMMUNICATION IN VIRTUAL SOCIAL NETWORKS: THE PROBLEM OF SUBJECTIVITY**

O. V. Voronyansky  
State Biotechnological University (Kharkiv)  
44 Alchevskikh St., Kharkiv, Ukraine, 61000  
voronyansky@btu.kharkov.ua  
<http://orcid.org/0000-0003-4926-8887>

H. I. Moiseeva  
State Biotechnology University (Kharkiv)  
44 Alchevskikh Street, Kharkiv, Ukraine, 61000  
n.i.moiseeva1@btu.kharkov.ua  
<http://orcid.org/0000-0001-6349-7892>

The article deals with current trends in political communications in social networks. The research methodology is the author's concept of the balance of resource potentials of social communication actors.

It is shown that against the background of undermining trust in parties and parliaments, network political identities are being formed on the basis of digital social networks, which tend to be institutionalized. The technologies for creating and promoting such identities in the mass consciousness require significant resource expenditures, which in the conditions of social atomization of the post-industrial era can be afforded only by privileged groups that receive resource support through access to the mechanism of state power. At the same time, in the process of constructing networked political identities, a holistic political process takes place, the elements of which are

- analysis of digital traces of users using BigData tools;
- Identification of politicized Internet users and network political identities, construction of users' psychological profiles;
- targeted micro-targeted propaganda;
- constructing (strengthening or destroying, depending on the tasks) the target audience as a network political identity or a group of loyal users.

Gaining subjectivity in the sphere of political communication in virtual networks, these groups continue to engage in fierce political competition in them, constructing by spreading specific algorithms of interaction between citizens in social networks. Due to the targeted influence on the process of political communication, its subjects are able to substitute in the public consciousness the real problems of the functioning of the power mechanism and the process of administrative distribution of socially important resources carried out through it. As a result, social discontent is channeled into a safe direction for the ruling elites, and the level of legitimacy of the system as a whole does

not fall to a critical level.

Thus, today politicized social networks have become one of the institutions of civil society, and, like all these institutions, they are not subjectless, playing the role of a tool for promoting the interests of certain resource-rich groups capable of organizing a targeted long-term impact on public consciousness.

Keywords: political socialization, virtual social networks, networked political identity.

Стаття надійшла до редколегії 22.07.2023

Стаття прийнята до друку 18.08.2023